

I. DATOS XERAIS DA MATERIA

- | | |
|--|--|
| a) Nome oficial. | Distribución Comercial |
| b) Titulación. | ADE |
| c) Créditos | 4.5 (Teóricos 3; Prácticos 1.5) |
| d) Curso. | Cuarto |
| e) Código da materia | 611211407 |
| f) Tipo. | Obrigatoria |
| g) Impartición. | Segundo cuatrimestre |
| h) Departamento/s responsable/s. | Análise Económico e Administración de Empresas |
| i) Profesor/a coordinador/responsable da docencia | Maximino Yáñez Rodríguez |

Información por grupo (A;B)

1) **Nome e apelidos do profesor/a que impartirá docencia**
Maximino Yáñez Roriguez

2) **Lugar e horario de titorías**
Martes y Jueves de 18,30 a 20,30

3) **E-mail** myanez@udc.es

4) **Universidade Virtual**

5) **Lingua na que se impartirá a docencia** : Castellano

II. OBXECTIVOS DA MATERIA

1.-Introducir al alumno en los fundamentos de la Distribución Comercial para comprender el proceso de toma de decisiones en el área de comercialización . Analizar la evolución conceptual de los modelos de distribución en el mundo las principales tendencias actuales.

2.- Aplicar los fundamentos de Distribución y saber cual es el papel que ésta ha de tener en la Economía.

III. METODOLOGÍA

Se facilitará para cada tema o grupo de temas una guía básica de estudio para que el alumno pueda preparar mejor la asignatura.

Material de apoyo visual : Como ayuda para estimular el interés de los estudiantes y a establecer el tono del tema de cada capítulo. Está básicamente integrado por la exposición práctica de temas contemporáneos complementado por material gráfico, tablas y estadísticas que ilustran, resumen , explican y ayudan a los estudiantes sobre aspectos interesantes y diferentes para la toma de decisiones y la solución de problemas de la materia.

IV. AVALIACIÓN

25 /75 %

Mediante la presentación de diferentes trabajos que representan oportunidades estructuradas para que los estudiantes amplíen sus habilidades a través de casos prácticos, fomentando la investigación en bibliotecas y la tomas de decisiones en sus aplicaciones.

La realización de un examen final donde se evaluarán los conocimientos adquiridos por el alumno.

V. TEMAS OU BLOQUES DE CONTIDOS

La materia de la asignatura se distribuye en DOCE temas o bloques englobando los siguientes contenidos: I .- Los Canales de Distribución. II.-La Demanda de los servicios Comerciales III.- Cambios en las relaciones internas dentro del Canal de Distribución. IV.- Evolución de la Distribución Comercial. V.- La Distribución Comercial hoy. VI.- Estrategias de las Empresas de Distribución. VII.- Merchandising. VIII- Producción y Distribución Comercial. IX.-Logística de Distribución. X.- La promoción de ventas. XI.- Las marcas de la distribución. XII.- Competencia y política Comercial.

VI. RECOMENDACIONES

Participación activa, en general , por parte del alumnado y especialmente en las sesiones explicativas de cada uno de los capítulos ya que les será de gran ayuda, proporcionándoles un panorama general de las relaciones que existen entre los diversos apartados y el contenido global de la asignatura.

VII. FONTES DE INFORMACIÓN

COLLA.E, La Gran Distribución en Europa. . Vuibert Gestion Internationale . Paris 1.997

BENOUM M, & HELIES-NASSID, Distribution, Acters et Strategies . . Paris 1.993

MORENO BLESA, Las Pymes ante la internacionalización de la Economía. L. Ice. 1,999

A. NIETO Y O. CHURRUCA : Marketing Internacional. Edit. Pirámide Madrid. 1.995